

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* (CSR) kian menjadi topik terhangat dalam beberapa tahun terakhir, hal ini dilihat dengan mengglobalnya tren mengenai praktik CSR di dalam dunia bisnis. Tanggung jawab sosial perusahaan atau *Corporate Social Responsibility* merupakan tanggung jawab perusahaan kepada *stakeholders* yang meliputi beberapa para pemangku kepentingan yaitu pelanggan, karyawan, investor, pemasok, kompetitor, pemerintah, dan masyarakat. Hal ini sesuai dengan konsep *Triple Bottom Line*, dimana perusahaan akan dapat melakukan bisnis dalam jangka panjang apabila memperhatikan tiga aspek utama, yaitu keuntungan, sosial, dan lingkungan (Putri, 2014).

Corporate Social Responsibility (CSR) kini tidak hanya berkembang di ekonomi konvensional, tetapi juga berkembang dalam ekonomi Islam. *Corporate Social Responsibility* (CSR) dalam perspektif islam disebut juga dengan *Islamic Social Reporting* (ISR). *Islamic Social Reporting* (ISR) adalah standar pelaporan kinerja sosial perusahaan yang berbasis syariah. Indeks ini lahir dan dikembangkan dengan dasar dari standar pelaporan berdasarkan *Accounting and Auditing Organization for Islamic Financial Institutions* (AAOIFI) sebagai suatu organisasi yang mengembangkan akuntansi dan auditing bagi lembaga keuangan syariah ditingkat dunia sudah mengeluarkan standar mengenai kerangka dasar dan

laporan keuangan syariah, akan tetapi standar tersebut tidak dapat dijadikan sebagai suatu standar atas pengungkapan tanggungjawab sosial secara syariah karena tidak menyebutkan keseluruhan item-item terkait laporan pertanggungjawaban sosial yang harus diungkapkan oleh perusahaan. Salah satu cara untuk menilai pelaporan tanggungjawab sosial perusahaan secara syariah yaitu dengan menggunakan indeks *Islamic Social Reporting* (ISR). *Islamic Social Reporting* (ISR) merupakan item-item pengungkapan yang digunakan sebagai indikator dalam pelaporan kinerja sosial institusi bisnis syariah. Secara khusus indeks ini adalah perluasan dari standar pelaporan kinerja sosial yang meliputi harapan masyarakat tidak hanya mengenai peran perusahaan dalam perekonomian, tetapi juga peran perusahaan dalam perspektif spiritual (Fitria dan Hartati, 2010). *Islamic Social Reporting* bertujuan untuk menunjukkan apakah organisasi tersebut mematuhi prinsip-prinsip Islam, untuk menunjukkan bagaimana operasi organisasi telah mempengaruhi kesejahteraan masyarakat Islam, dan untuk membantu umat Islam menjalankan tugas keagamaan (Maali et. al., 2006).

Berkembangnya CSR dalam ekonomi Islam juga turut meningkatkan perhatian masyarakat terhadap lembaga-lembaga syariah. Pasar modal syariah sebagai lembaga yang berperan penting dalam meningkatkan pangsa pasar efek-efek syariah pada perusahaan yang ingin berpartisipasi dalam pangsa pasar syariah di Indonesia. Perkembangan pasar modal syariah di Indonesia identik dengan *Jakarta Islamic Index* (JII). *Jakarta Islamic Index* (JII) adalah salah satu indeks saham yang menghitung indeks harga rata-rata saham untuk jenis

saham yang memenuhi kriteria syariah. *Jakarta Islamic Index* terdiri dari 30 saham syariah yang tercatat di Bursa Efek Indonesia. Pembentukan instrumen syariah ini bertujuan untuk mendukung pembentukan pasar modal syariah yang diluncurkan di Jakarta pada tanggal 14 Maret 2003.

Haniffa (2002) berpendapat bahwa adanya keterbatasan dalam pelaporan sosial konvensional sehingga ia mengemukakan kerangka konseptual *Islamic Social Reporting* (ISR) yang bertujuan sebagai bentuk akuntabilitas kepada Allah SWT dan masyarakat serta meningkatkan transparansi kegiatan bisnis dengan menyajikan informasi yang relevan dengan memperhatikan kepatuhan syariah dalam pengambilan keputusan. Ada lima tema pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) yang diteliti oleh Haniffa (2002), lima tema pengungkapan tersebut yaitu tema pendanaan dan investasi, tema produk dan jasa, tema karyawan, tema masyarakat, dan tema lingkungan hidup. Othman *et.al.* (2009) menambahkan satu tema pengungkapan ISR yaitu tema tata kelola perusahaan dan kemudian mengembangkan tema-tema tersebut menjadi item-item yang harus diungkapkan dalam laporan tahunan perusahaan. Berikut item-item ISR yang diungkapkan perusahaan berdasarkan tema pendanaan dan investasi yaitu: riba/penerimaan bunga, gharar/ketidakpastian, zakat, kebijakan atas keterlambatan pembayaran piutang dan penghapusan piutang tak tertagih, neraca saldo atas nilai kini, dan laporan pertambahan nilai. Berdasarkan tema produk dan jasa yaitu: Produk ramah lingkungan, status kehalalan produk, keamanan dan kualitas produk, keluhan pelanggan. Tema karyawan yaitu: jam kerja/hari libur, pendidikan dan pelatihan kerja, kesempatan yang sama bagi setiap karyawan,

keterlibatan karyawan dalam perusahaan, kesehatan dan keselamatan kerja, lingkungan kerja, karyawan dari kelompok khusus (cacat fisik, mantan narapidana, mantan pecandu narkoba), karyawan tingkat atas melaksanakan ibadah dengan karyawan tingkat bawah, karyawan muslim diperbolehkan menjalankan ibadah di waktu-waktu shalat dan berpuasa saat Ramadhan, tempat ibadah yang memadai. Tema masyarakat yaitu: Sedekah/donasi, wakaf, qard Hassan, sukarelawan dari kalangan karyawan, pemberian beasiswa sekolah, pemberdayaan magang/praktik kerja lapangan, pembangunan tunas muda, peningkatan kualitas hidup masyarakat kurang mampu, kepedulian terhadap anak-anak, kegiatan amal/kegiatan sosial, menyokong kegiatan-kegiatan kesehatan, hiburan, olahraga, budaya, pendidikan, dan keagamaan. Tema lingkungan yaitu: konservasi lingkungan, memelihara satwa liar yang terancam punah, pencemaran lingkungan, produk lingkungan/proses terkait, pendidikan mengenai lingkungan, pernyataan verifikasi independen atau audit lingkungan, sistem manajemen lingkungan. Tema tata kelola perusahaan yaitu: status kepatuhan terhadap syariah, struktur kepemilikan saham, struktur dewan direksi, pengungkapan kegiatan terlarang (praktik monopoli, penimbunan barang yang diperlukan, manipulasi harga, praktik bisnis penipuan, perjudian), kebijakan anti korupsi.

Berdasarkan item-item tersebut, maka peneliti mencoba melakukan penelitian terhadap perusahaan yang terdaftar di JII tahun 2013-2016 dan dapat diketahui persentase pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) yang diungkapkan perusahaan sebagai berikut:

Tabel 1.1
Persentase Pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR)

NO	NAMA PERUSAHAAN	PERSENTASE ISR			
		2013	2014	2015	2016
1	AKR Corporindo Tbk	53 %	44 %	49 %	51 %
2	Astra International Tbk	44 %	53 %	37 %	56 %
3	Alam Sutera Realty Tbk	32 %	42 %	39 %	35 %
4	Bumi Serpong Damai Tbk	51 %	49 %	42 %	51 %
5	Indofood CBP Sukses Makmur Tbk	9 %	49 %	44 %	42 %
6	Indofood Sukses Makmur Tbk	51 %	56 %	58 %	46 %
7	Indocement Tungal Prakasa Tbk	44 %	53 %	56 %	65 %
8	Jasa Marga (Persero) Tbk	28 %	30 %	33 %	33 %
9	Kalbe Farma Tbk	46 %	53 %	46 %	56 %
10	Lippo Karawaci Tbk	28 %	39 %	54 %	32 %
11	Matahari Department Store Tbk	35 %	33 %	35 %	23 %
12	PP London Sumatra Indonesia Tbk	44 %	46 %	37 %	30 %
13	Mitra Keluarga Karyasehat Tbk	35 %	35 %	67 %	33 %
14	Tambang Batubara Bukit Asam (Persero) Tbk	56 %	46 %	42 %	59 %
15	PP (Persero) Tbk	46 %	46 %	42 %	42 %
16	Pakuwon Jati Tbk	37 %	49 %	37 %	53 %
17	Surya Citra Media Tbk	42 %	37 %	37 %	30 %
18	Siloam International Hospitals Tbk	33 %	39 %	58 %	39 %
19	Semen Indonesia (Persero) Tbk	35 %	56 %	51 %	53 %
20	Summarecon Agung Tbk	33 %	35 %	35 %	37 %
21	Sawit Sumbermas Sarana Tbk	23 %	44 %	72 %	44 %
22	Telekomunikasi Indonesia (Persero) Tbk	44 %	44 %	70 %	46 %
23	United Tractors Tbk	46 %	42 %	53 %	51 %
24	Unilever Indonesia Tbk	42 %	46 %	49 %	53 %
25	Wijaya Karya (Persero) Tbk	56 %	53 %	42 %	56 %

Sumber: data diolah oleh peneliti

Dari tabel 1.1 di atas, dapat diketahui bahwa banyak perusahaan yang mengungkapkan *Islamic social reporting* hanya di bawah 50%. Bahkan perusahaan Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. pada tahun 2013 hanya mengungkapkan sebesar 9%. Persentase pengungkapan tertinggi terdapat pada perusahaan Sawit Sumbermas Sarana Tbk. pada tahun 2015. Itupun hanya sebesar

72%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perusahaan yang terdaftar di JII tidak sepenuhnya mengungkapkan *Islamic Social Reporting* yang sesuai dengan indeks ISR yang dibuat oleh Othman *et.al* (2009) (dapat dilihat pada lampiran A.3). Oleh karena itu, peneliti menduga tidak maksimalnya pengungkapan ISR ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya yaitu: *Pertama*, Ukuran perusahaan menurut suwito dan Herawaty (2005) adalah pengelompokan perusahaan kedalam beberapa kelompok, diantaranya perusahaan besar, sedang dan kecil. Skala perusahaan merupakan ukuran yang dipakai untuk mencerminkan besar kecilnya perusahaan berdasarkan total asset perusahaan. Menurut Hariyati (2014), Ukuran perusahaan adalah suatu skala dimana perusahaan diklasifikasikan menurut besar kecilnya berdasarkan pada total aktiva suatu perusahaan, semakin besar total aktiva maka semakin besar pula ukuran perusahaan tersebut. Dari kedua pengertian di atas maka dapat peneliti simpulkan bahwa ukuran perusahaan adalah suatu indikator yang dapat menunjukkan suatu kondisi perusahaan dimana terdapat beberapa parameter yang dapat digunakan untuk menentukan besar kecilnya suatu perusahaan. Semakin besar ukuran perusahaan, biasanya informasi yang tersedia untuk investor dalam pengambilan keputusan sehubungan dengan investasi dalam perusahaan tersebut semakin banyak. Berdasarkan penelitian sebelumnya yang pernah dilakukan oleh Ayu dan Siswantoro (2013), penelitian ini menduga bahwa perusahaan yang lebih besar akan cenderung melakukan pengungkapan ISR secara lebih luas. *Kedua*, Profitabilitas menurut Munawir (2004) adalah kemampuan perusahaan dalam menghasilkan laba pada periode waktu tertentu. Menurut Brigham dan Houston (2006) profitabilitas adalah hasil

bersih dari serangkaian kebijakan dan keputusan. Profitabilitas dapat ditetapkan dengan menghitung berbagai tolak ukur yang relevan. Salah satu tolak ukur yang relevan adalah dengan rasio keuangan sebagai salah satu analisa dalam kondisi keuangan, hasil operasi dan tingkat profitabilitas suatu perusahaan. Dari pengertian di atas maka dapat peneliti simpulkan bahwa profitabilitas merupakan kemampuan suatu perusahaan untuk mendapatkan keuntungan. Semakin tinggi tingkat profitabilitas perusahaan maka semakin besar pengungkapan informasi perusahaan. Untuk itu, perusahaan dengan profitabilitas yang lebih tinggi kemungkinan akan melakukan pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) yang lebih banyak. Profitabilitas merupakan faktor penting bagi perusahaan untuk bertahan dan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi tanggungjawab sosial (Nugraheni dan Wijayanti, 2017). Penelitian yang pernah dilakukan oleh Othman *et.al.* (2009) dan Raditya (2012) terkait hubungan profitabilitas dengan *Islamic Social Reporting* (ISR) telah membuktikan bahwa profitabilitas berpengaruh positif signifikan terhadap *Islamic Social Reporting*. Ketiga, Tipe Industri adalah pengklasifikasian perusahaan menurut jenis usaha yang dijalankan. Dalam penelitian ini, tipe industri dikelompokkan menjadi perusahaan yang masuk ke dalam industri manufaktur dan non manufaktur. Perusahaan manufaktur biasanya melakukan aktivitas yang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan non manufaktur. Sehingga perusahaan manufaktur akan memberikan informasi berupa pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) yang lebih luas dibandingkan dengan perusahaan non-manufaktur. Penelitian yang berkaitan dengan Tipe Industri dan *Islamic Social Reporting* (ISR) pernah dilakukan oleh

(Widiawati, 2012) dimana hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara tipe industri dengan *Islamic Social Reporting* (ISR). Tetapi dalam penelitian (Uun Sunarsih dan Ferdiansyah, 2017) tidak terdapat pengaruh signifikan antara tipe industri dengan ISR. *Keempat*, Umur perusahaan adalah lamanya suatu perusahaan berdiri, bertahan dan bersaing. Semakin lama umur perusahaan, maka semakin banyak informasi yang diungkapkan tentang aktivitas perusahaan tersebut. Maka perusahaan dengan umur yang lebih tua kemungkinan akan melakukan pengungkapan *Islamic Social Reporting* (ISR) yang lebih banyak. (Hannifa dan Cooke, 2002) mengidentifikasi bahwa perusahaan yang lebih tua akan mengungkapkan informasi yang lebih banyak dibandingkan dengan perusahaan yang lebih muda. Karena perusahaan yang lebih muda akan membutuhkan waktu yang lebih banyak agar familiar dengan persyaratan pengungkapan yang diwajibkan oleh peraturan yang berlaku. Penelitian yang pernah dilakukan oleh (Hannifa dan Cooke, 2002) terdapat pengaruh yang signifikan antara umur perusahaan dengan ISR.

Dari beberapa faktor, variabel yang mempengaruhi mengenai *Islamic Social Reporting* (ISR) yang dijelaskan oleh beberapa penelitian, ada pengaruhnya terhadap reaksi pasar. Reaksi pasar adalah suatu bentuk tanggapan pasar atas informasi yang terdapat pada sebuah pengumuman yang dikeluarkan atau diterbitkan. Apabila sebuah pengumuman mengandung informasi yang *good news*, maka pasar akan menanggapi atau bereaksi secara cepat saat informasi tersebut diumumkan. *Investor* akan menanggapi informasi tersebut sebagai sinyal dalam menentukan keputusannya. Reaksi *investor* dalam menanggapi

pengumuman menyebabkan adanya aktivitas jual beli saham yang mengakibatkan perubahan harga dan volume perdagangan saham. Reaksi pasar dapat dilihat melalui *abnormal return*.

Dalam pasar modal, perusahaan akan menawarkan kepemilikan perusahaan dalam bentuk saham kepada publik. Melalui kegiatan yang dilakukan dalam pasar modal, baik penjual atau pembeli saham tentu mengharapkan adanya keuntungan yang diperoleh. Pengungkapan ISR merupakan kunci strategi perusahaan, sehingga hal ini menimbulkan pertanyaan tentang dampak informasi ISR terhadap perilaku investor. Seorang investor umumnya dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan informasi pasar dan harga pasar. Sehubungan dengan informasi yang diperoleh, ditemukan adanya reaksi yang menyimpang dari investor. Investor didapati tidak hanya terdiri dari orang-orang yang rasional dan tidak emosional. Investor yang tidak rasional sering mengambil keputusan secara emosional di mana mereka dengan cepat menyerap informasi yang diperoleh, meskipun informasi tersebut tidak memiliki sumber yang jelas. Investor tersebut cenderung dengan cepat melepaskan saham yang dimilikinya apabila mereka mendengar adanya informasi yang buruk mengenai suatu saham. Tindakan ini disebut sebagai *over reaksi* yang dapat mempengaruhi *return* yang diharapkan oleh para investor.

Di samping itu, *over reaksi* juga dapat digambarkan melalui kegiatan perdagangan saham. Minat investor terhadap saham akan menyebabkan jumlah saham yang diperdagangkan menjadi berubah. Kondisi inilah yang akan menyebabkan *abnormal return*. Di mana *return* saham yang sebelumnya tinggi

dapat menjadi rendah, dan sebaliknya. Di samping itu, minat investor terhadap saham *winner* dan saham *loser* akan menyebabkan jumlah saham yang diperdagangkan menjadi berubah yang dapat diketahui melalui volume perdagangan saham. Kondisi *abnormal return* yang berubah akan berpengaruh terhadap harga saham perusahaan yang bersangkutan. Saham yang memiliki *abnormal return* yang lebih tinggi akan menarik minat investor lebih besar, di mana permintaan akan saham yang lebih tinggi akan menyebabkan harga saham menjadi naik, hal ini terjadi pada hukum permintaan dan penawaran.

Dan untuk penelitian mengenai reaksi pasar, pada tahun 2015 Astuti dan Nugrahanti melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh pengungkapan CSR terhadap reaksi pasar. Dimana CSR sebagai variabel independen dan variabel dependennya adalah reaksi pasar. Dan hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh positif antara pengungkapan CSR dengan reaksi pasar yang dalam hal ini dihitung dengan menggunakan *abnormal return*.

Penelitian mengenai *Islamic Social Reporting* (ISR) dan pengaruhnya terhadap reaksi pasar ini masih jarang ditemui, karena penelitian terdahulu lebih banyak tentang *Corporate Social Responsibility* (CSR) dimana *Corporate Social Responsibility* (CSR) hanya membahas tanggungjawab sosial perusahaan secara umum tanpa memasukkan prinsip-prinsip syariah di dalamnya. Dan sebagian besar penelitian terdahulu berkaitan dengan pengungkapan CSR perusahaan berdasarkan ketentuan syariah yang hanya spesifik terhadap bank syariah. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul

“Faktor-Faktor yang Mempengaruhi *Islamic Social Reporting* Perusahaan–

Perusahaan yang Terdaftar pada *Jakarta Islamic Index* (JII) Tahun 2013–2016”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka masalah penelitian dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Faktor apa saja yang mempengaruhi *Islamic Social Reporting* (ISR)?
2. Apakah setiap perusahaan mengungkapkan *Islamic Social Reporting* (ISR)?
3. Bagaimana penerapan *Islamic Social Reporting* pada setiap perusahaan yang terdaftar di *Jakarta Islamic Index* (JII)?
4. Bagaimana pengaruh *Islamic Social Reporting* (ISR) terhadap Reaksi Pasar?

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang dikemukakan di atas, maka penelitian ini dibatasi hanya pada masalah yang menyangkut faktor-faktor yang mempengaruhi *Islamic Social Reporting* perusahaan yang terdaftar pada *Jakarta Islamic Index* (JII) tahun 2013-2016.

1.4 Rumusan Masalah

Permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi *Islamic Social Reporting* (ISR) perusahaan-perusahaan yang terdaftar pada *Jakarta Islamic Index* (JII). Maka berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *Islamic Social Reporting*?

2. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap *Islamic Social Reporting*?
3. Apakah tipe industri berpengaruh positif terhadap *Islamic Social Reporting*?
4. Apakah umur perusahaan berpengaruh positif terhadap *Islamic Social Reporting*?
5. Apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap reaksi pasar?
6. Apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap reaksi pasar?
7. Apakah tipe industri berpengaruh positif terhadap reaksi pasar?
8. Apakah umur perusahaan berpengaruh positif terhadap reaksi pasar?
9. Apakah *Islamic Social Reporting* berpengaruh terhadap reaksi pasar?

1.5 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap *Islamic Social Reporting*.
2. Mengetahui apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap *Islamic Social Reporting*.
3. Mengetahui apakah tipe industri berpengaruh positif terhadap *Islamic Social Reporting*.
4. Mengetahui apakah umur perusahaan berpengaruh positif terhadap *Islamic Social Reporting*.
5. Mengetahui apakah ukuran perusahaan berpengaruh positif terhadap reaksi pasar.
6. Mengetahui apakah profitabilitas berpengaruh positif terhadap reaksi pasar.

7. Mengetahui apakah tipe industri berpengaruh positif terhadap reaksi pasar.
8. Mengetahui apakah umur perusahaan berpengaruh positif terhadap reaksi pasar.
9. Mengetahui apakah *Islamic Social Reporting* berpengaruh positif terhadap reaksi pasar.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak di bawah ini :

1. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai *Islamic Social Reporting* dan bagaimana pengimplementasiannya dalam dunia kerja.

2. Bagi perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai pertimbangan bagi perusahaan-perusahaan yang masuk dalam *Jakarta Islamic Index* (JII) agar dapat melakukan tanggungjawab sosialnya dengan membuat *Islamic Social Reporting* yang memadai dan sesuai dengan prinsip syariah.

3. Bagi investor maupun kreditor

Bagi investor dan kreditor, dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi investor dan kreditor dalam pengambilan keputusan investasi maupun keputusan memberikan kredit.

4. Bagi akademisi, atau penelitian selanjutnya

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan dan referensi dalam penelitian-penelitian selanjutnya.



THE
Character Building
UNIVERSITY